

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan teori, hasil penelitian, dan pengujian analisis regresi sederhana yang dilakukan mengenai pengaruh *political marketing mix* terhadap keputusan memilih dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Gambaran mengenai *Political Marketing Mix* pada mahasiswa UPI dalam pemilihan Gubernur dan wakil Gubernur Jawa Barat tahun 2018 berada pada kategori **cukup baik**. Dimensi yang memperoleh tanggapan paling tinggi adalah dimensi *place* dan dimensi dengan perolehan tanggapan paling rendah adalah dimensi *price*.
2. Gambaran mengenai keputusan memilih pada mahasiswa UPI dalam pemilihan Gubernur dan wakil Gubernur Jawa Barat tahun 2018 berada pada kategori **cukup baik**. Dimensi yang memperoleh tanggapan paling tinggi adalah dimensi *interest* dan dimensi dengan perolehan tanggapan paling rendah adalah *desire*.
3. *Political marketing mix* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih dengan pengaruh cukup tinggi yaitu 62,3%. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *political marketing Mix* yang dilakukan kandidat calon Gubernur dan calon Wakil Gubernur Jawa barat, maka semakin tinggi tingkat keterpilihan (elektabilitas) dan tingkat kepopulerannya.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis merekomendasikan beberapa hal mengenai pengaruh *political marketing mix* terhadap keputusan memilih yaitu sebagai berikut:

1. *Political marketing mix* yang dilakukan oleh kandidat (calon) Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat tahun 2018 dapat ditingkatkan lagi dengan memperbaiki

aspek *price*. Harga (*price*) mencakup dari aspek ekonomi, psikologis sampai dengan citra nasional. Harga dalam pengertian ekonomi meliputi semua biaya yang dikeluarkan oleh institusi politik selama masa kampanye. Harga dalam pengertian psikologis mengacu pada apakah pemilih merasa nyaman dengan latar belakang (etnis, agama, pendidikan, dll.) dari seorang kandidat. Harga dalam pengertian citra nasional sehubungan dengan apakah pemilih merasa kandidat tersebut memberikan citra positif bagi suatu bangsa atau negara dan bisa menjadi suatu kebanggaan nasional atau tidak (Purwosusanto, 2011: 35)

2. Keputusan memilih mahasiswa pada pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur Jawa Barat tahun 2018 dapat ditingkatkan lagi melalui aspek *desire*. *Desire* merupakan pemikiran terjadi dari adanya keinginan ini, berkaitan dengan motif dan motivasi konsumen dalam membeli suatu produk (Kotler, P., Keller, 2012).
3. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *political marketing mix* berpengaruh terhadap keputusan memilih sebesar 62,3%, seperti yang diungkapkan oleh Agus Aribowo, (2017) bahwa keputusan memilih yang baik merupakan hasil kondisi dari kinerja *political marketing mix* dan identifikasi partai (Aribowo, 2017).
4. Saran yang diberikan peneliti untuk penelitian selanjutnya yaitu hendaknya dilakukan penelitian lebih lanjut pada variable-variabel yang lain dalam *Political Marketing Mix* yaitu variable bukti jasa (*people, proses dan physical evidence of services*) sehingga kedalaman penelitian ini akan lebih tergali dengan lebih baik.